



Kursplan

Ekonomihögskolan

Institutionen för nationalekonomi och statistik

INA051 Macroeconomics and Sustainability with Marketing Perspectives, 7,5 högskolepoäng

Macroeconomics and Sustainability with Marketing Perspectives, 7.5 credits

Huvudområde

Företagsekonomi, Nationalekonomi

Ämnesgrupp

Nationalekonomi

Nivå

Grundnivå

Fördjupning

G1F

Fastställande

Fastställd 2015-05-13

Senast reviderad 2019-05-15 av Ekonomihögskolan. Ändrat förkunskapskrav, små språkliga ändringar genomgående i kursplan och provmoment.

Kursplanen gäller från och med vårterminen 2020

Förkunskaper

52,5 högskolepoäng avklarade inom följande kurser:

- Introduktion till företagsekonomi för marknadsförare, 12,5 högskolepoäng.
- Grundläggande mikroteori för marknadsförare, 10 högskolepoäng.
- Statistik för marknadsförare I, 7,5 högskolepoäng.
- Från kundens perspektiv, 30 högskolepoäng

samt Engelska B/Engelska 6, eller motsvarande.

Mål

Efter avslutad kurs förväntas studenten kunna:

- redogöra för teorier och begrepp inom hållbar marknadsföring
- visa hur varje del av marknadsmixen kan anpassas för att genomföra en hållbar marknadsstrategi i det större sammanhanget av ett företags affärsstrategi
- beskriva hållbar utvecklings tvärvetenskapliga och eklektiska karaktär särskilt när det gäller marknadsföring och nationalekonomi
- redogöra för nationalekonomiska teorier och begrepp relaterat hållbar utveckling
- definiera och förklara grundläggande makroekonomiska begrepp som bruttonationalprodukt, inflation, arbetslöshet, tillväxt och extern balans
- definiera och förklara finanspolitik samt kunna redogöra för, grafiskt och verbalt, funktionen hos finanspolitiken

- definiera och förklara penningväsendet samt redogöra för dess funktion i samhället
- redogöra för, verbalt och grafiskt, penningpolitikens funktion i samhället
- definiera och förklara valutamarknadens funktion samt redogöra för dess effekter i ekonomin
- redogöra för ekonomiska drivkrafter bakom internationell handel och effekterna av internationell handel inom ett samhälle

Innehåll

Kursen innehåller:

- introduktion till de viktigaste begreppen inom hållbar marknadsföring och hållbar utveckling som bygger på miljöintegritet, ekonomiskt välbefinnande och socialt ansvar
- hållbara marknadsföringsnormer och strategier
- hållbar marknadsmix och möjligheter
- introduktion till hållbart konsumentbeteende
- begreppet hållbar utveckling och dess koppling till tillväxt, externa effekter och kollektiva varor
- introduktion till grundläggande makroekonomiska begrepp
- definitioner av makroekonomiska samband
- aggregerad efterfrågan och aggregerat utbud
- finanspolitik
- avvägning inflation och arbetslöshet
- penningmarknader och penningpolitik
- växelkurspolitik
- grundläggande handelsteori

Hela kursen motsvarar:

Nationalekonomi, 5 hp

Företagsekonomi, 2,5 hp

Undervisningsformer

Undervisningen består av föreläsningar och seminarier. Datum för obligatoriska moment framgår av schemat.

Examination

Kursen bedöms med betygen A, B, C, D, E, Fx eller F.

Kursen examineras genom skriftlig tentamen och skriftlig uppgift som presenteras och diskuteras under seminarie.

Betyget A utgör det högsta betygssteget, resterande betyg följer i fallande ordning där betyget E utgör det lägsta betygssteget för att vara godkänd. Betyget F innebär att studentens prestationer bedömts som underkända. Betygskriterier för A-F-skalan kommuniceras skriftligt till studenten senast i samband med kursstart, liksom hur sammanvägning och viktning av betyg på enskilda examinerande moment till slutligt kursbetyg sker. Grunden för betyg avgörs av studentens måluppfyllelse.

Förnyad examination ges i enlighet med Lokala regler för kurs och examination på grundnivå och avancerad nivå vid Linnéuniversitetet. Studenter som ligger nära gränsen för godkänt betyg på rapporter kan få komplettera efter examinatorns anvisningar och tidsangivelse för att uppnå godkänt resultat.

Om universitetet beslutat att en student har rätt till särskilt pedagogiskt stöd på grund av funktionsnedsättning, har examinator rätt att ge ett anpassat prov eller att studenten genomför provet på ett alternativt sätt.

Kursvärdering

Under kursens genomförande eller i nära anslutning till kursen genomförs kursvärdering. Resultat och analys av genomförd kursvärderingen ska skyndsamt återkopplas till de

studenter som genomfört kursen. Studenter som deltar vid nästa kurstillfälle erhåller återkoppling vid kursstart. Kursvärdering genomförs anonymt.

Överlappning

Kursen kan inte ingå i en examen tillsammans med följande kurser som helt eller delvis överlappar innehållet i denna kurs: Kursen överlappar 1NA103 med 7,5 hp och 1NA101 med 5 hp.

Kurslitteratur och övriga läromedel

Obligatorisk litteratur

Begg, D. & Ward, D. *Economics for Business*. McGraw-Hill. Senaste upplaga. Cirka 200 sidor.

Belz, F. M. & Peattie, K. *Sustainability Marketing: A global perspective*. Chichester: Wiley. Senaste upplaga. Cirka 270 sidor.

Vetenskapliga artiklar. Cirka 300 sidor.